

RINGKASAN

Analisis Usaha Ceker Tanpa Tulang Bumbu *Chili* Padi Di Kelurahan Patrang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember, Alya Putri Salsabil, NIM D31231100, Tahun 2025, 65 hlm Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Huda Ahmad Hudori, S.ST., M.ST. selaku Dosen Pembimbing.

Laporan tugas akhir ini membahas tentang pengembangan, proses produksi, strategi pemasaran, serta kelayakan usaha produk Ceker Tanpa Tulang Bumbu *Chili* Padi yang dilakukan di Kelurahan Patrang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Produk ini merupakan inovasi kuliner berbahan dasar ceker ayam yang telah dibuang tulangnya dan diolah menggunakan bumbu *chili* padi, menghasilkan cita rasa pedas, gurih, dan sedikit asam yang khas.

Tugas akhir dilaksanakan selama enam bulan mulai 16 Juli 2025 hingga 15 Januari 2026. Data diperoleh melalui observasi langsung (data primer) serta referensi literatur (data sekunder). Proses produksi meliputi tahap persiapan bahan dan alat, pencucian dan perebusan ceker, pembuangan tulang, pengolahan bumbu, penumisan, pencampuran bumbu dengan ceker, hingga pengemasan dan pelabelan. Dalam satu kali produksi menghasilkan 25 kemasan, dan selama 5 kali produksi total yang dihasilkan mencapai 125 kemasan.

Analisis usaha dilakukan untuk mengetahui kelayakan finansial menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return on Investment* (ROI). Total biaya dalam setiap produksi sebesar Rp 245.867, sedangkan penerimaan mencapai Rp 300.000, sehingga diperoleh keuntungan bersih sebesar Rp 54.133 per siklus produksi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa BEP produksi berada pada 20 kemasan, sedangkan BEP harga sebesar Rp 9.835 per kemasan. Keduanya berada di bawah jumlah produksi (25 kemasan) dan harga jual aktual (Rp 12.000), sehingga usaha dinilai menguntungkan. Nilai R/C Ratio sebesar 1,22 menandakan usaha menghasilkan pendapatan lebih besar dibandingkan biaya. ROI sebesar 7,04% menunjukkan bahwa usaha layak dijalankan dan memiliki tingkat pengembalian modal yang baik.

Dalam pemasaran, usaha ini menerapkan konsep STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Produk dipasarkan melalui sistem *pre-order* dan distribusi langsung kepada konsumen, dengan promosi melalui *WhatsApp* dan *Instagram*. Pemasaran selama periode penelitian berhasil menjual seluruh 125 kemasan produk.

Secara keseluruhan, usaha Ceker Tanpa Tulang Bumbu *Chili Padi* memiliki prospek baik untuk dikembangkan karena permintaan pasar yang tinggi terhadap makanan pedas, biaya produksi yang terjangkau, serta potensi keuntungan yang stabil. Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa maupun pelaku UMKM yang ingin mengembangkan produk kuliner inovatif.